

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia semakin berkembang dengan adanya modernisasi yang terjadi dalam masyarakat. Perubahan yang dialami masyarakat adalah fenomena sosial yang umum terjadi karena setiap masyarakat memiliki keinginan dan kepentingan masing-masing. Maraknya perkembangan teknologi yang terjadi saat ini memudahkan masyarakat untuk mengenal budaya budaya luar dari berbagai negara seperti *Korean Wave* atau bisa disebut *Korean Pop (K - Pop)*.

Pada tahun belakangan ini banyak idol K-Pop bermunculan yang memicu perhatian masyarakat untuk mengetahui lebih dalam mengenai dunia Industri Korea. Menurut Liputan 6, beberapa Idol yang sedang hype saat ini berdasarkan lagu paling banyak di dengarkan berdasarkan Spotify Wrapped 2022 yaitu BTS, Blackpink, Twice, Stray Kids, Seventeen, TXT, Enhypen, Itzy, (G)I-DLE, dan Red Velvet sedang banyak disukai oleh masyarakat dan penggemar mereka tersebar di seluruh dunia termasuk Indonesia (Andini, 2022). Setiap Idol Korea memiliki bakat dan pekerjaan seperti menyanyi, berakting, menari dan modeling yang di tayangkan atau di promosikan melalui berbagai media majalah, iklan, film, musik video, drama, dsb (*media-promoted personalities*). Aliran musik dari korean pop memiliki gaya musik yang terdengar unik dan enerjik sehingga banyak disukai, Korean Drama juga banyak digemari karna alur cerita yang bagus dan pemilihan karakter yang tepat dan pemain aktris ataupun aktor yang cantik dan tampan. Dengan munculnya berbagai budaya kpop ini semakin dikenal dan mendunia termasuk di Indonesia (Nurul et al., 2021).

Berdasarkan artikel dari Suara.com, Indonesia merupakan Negara nomor 1 yang paling banyak penggemar Kpop selama 2021. Oleh sebab itu, Indonesia paling banyak menyumbang *voters* atau *viewers* dan membicarakan topik Korea di Twitter mengenai Kpop (Hesti, 2022). Berdasarkan data jumlah percakapan mengenai K-Pop di twitter (YeonJung,

2022) mengalami peningkatan 7,8 Miliar pada tahun 2021. Pada tahun 2020 percakapan mengenai K-pop sebesar 6,7 Miliar sehingga peningkatan tersebut mencapai 16% secara global yang menyatakan bahwa semakin ramai dan beragam nya percakapan mengenai K-Pop di Twitter pada tahun 2021.

Menurut (Adiesia & Sofia, 2021) pada dewasa awal, fenomena K-Pop di Indonesia sangat besar dampaknya. Maraknya antusias masyarakat terhadap idol Kpop berdasarkan penelitian oleh Young & Pinsky yang memiliki paras menawan, kemampuan dan bakat yang luar biasa membuat mereka semakin melejit dan banyak yang menyukai.

Pada masa remaja mulai muncul *Celebrity Worship* dengan rentang usia 12 – 18 tahun dengan usia puncak 14 sampai 16 tahun dan akan semakin menurun saat memasuki masa dewasa (Liu, 2013). Namun hasil survei yang dilakukan IDN TIMES telah melakukan pengumpulan data sebanyak 580 responden melalui media survei elektronik dan telah di sebar ke seluruh Indonesia selama 1 bulan (Desember 2018 – Januari 2019). Dari hasil data diatas dinyatakan bahwa penggemar kpop di usia 10 – 20 tahun sebesar 47,4% dan 20 - <25 tahun sebesar 52,6%. Dapat dikatakan bahwa penggemar kpop pada masa dewasa awal lebih banyak dibandingkan pada masa remaja (Triadanti & Wardoyo, 2019).

Hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh (Widjaja & Ali, 2015) dengan 250 partisipan yang berusia 20 – 30 tahun dan ditemukan adanya perilaku *Celebrity Worship* dengan tingkatan yang berbeda. Dalam hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya remaja yang memiliki *Celebrity Worship* pada penggemar kpop tetapi pada masa dewasa awal pun banyak. Adapula hasil penelitian yang menyatakan bahwa 75% individu pada masa dewasa awal memiliki *Celebrity Worship* dalam kehidupannya, seperti ketertarikan terhadap aktor/aktris, idol favorit, musisi atau figur lainnya.

Banyaknya penggemar idol kpop pada dewasa awal yang di duga belum menyelesaikan tugas perkembangan sebelumnya terkait pembentukan identitas. Dewasa awal yang memiliki usia dari 20 sampai 30 tahun seharusnya sudah memiliki bentuk konsep diri yang kuat, mulai membangun

kemandirian diri dan ekonomi lalu dapat mengembangkan karir, memilih pasangan dan membangun hubungan yang intim dengan pasangan bahkan dapat membangun keluarga dan membesarkan anak (Laksono & Noer, 2021).

Menurut Erikson tahap dewasa awal berawal dari usia 20 tahun hingga 30 tahun. Pada tahap ini individu dapat menerima dan memiliki tanggung jawab yang lebih berat. Pada tahap ini pula individu memiliki hubungan intim dan berkembang (IGO., 2012). Dalam perkembangan Erikson (Darfianti & Putra, 2012), dewasa awal adalah dimana tahap mulanya *intimacy* dengan *isolation* yang bisa membentuk adanya *intimate relationship* dengan orang lain. Santrok dan Rosida menyatakan bahwa intimasi adalah proses dalam mendapatkan jati diri bersamaan dengan peleburan diri sendiri di dalam orang lain, keintiman juga membutuhkan komitmen dari orang lain (Azzahra & Ariana, 2021).

Adapun cara penggemar menunjukkan rasa cinta untuk idolanya sering di anggap berlebihan dan berbahaya seperti obsesif, posesif dan delusi. Maka dari itu banyak penggemar yang mencari tahu dan mengikuti aktivitas idola yang mereka sukai, memberikan komentar negatif kepada orang lain yang menjelekkkan idolanya, mengumpulkan barang atau *merchandise* tentang idolanya, mengumpulkan berbagai banyak foto dan memajangnya di setiap sudut kamarnya bahkan hingga mengedit foto idolanya dengan foto dirinya, tidak jarang dari penggemar menganggap bahwa dirinya mengetahui segala hal tentang idola nya yang pada kenyataannya bahwa mereka belum pernah bertemu sebelumnya dan bahkan ada penggemar yang menangis seharian karena salah satu personel tidak dapat tampil dalam acara ataupun konser lalu penggemar tidak bisa tidur karena menunggu kabar dari idolanya.

Salah satu bentuk kecintaan penggemar pada idolanya juga melakukan perilaku sesaeng yaitu aksi fans TVXQ yang masuk ke asrama TVXQ untuk mengambil beberapa foto anggota grup saat tidur, adapula penggemar berpakaian seperti laki laki untuk masuk kedalam toilet pria dan bertemu member EXO. Dan salah satu yang membuat penggemar sedih jika idola nya memiliki pasangan atau mati, mereka juga selalu menguntit dan terobsesi

pada idolanya dan level penggemar ini melebihi batas hingga masuk ke area privasi idola dan bahkan dapat melakukan sesuatu yang membuat idolanya terancam (Juniarti & Prianita, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti melakukan wawancara bersama 5 responden dewasa dengan wawancara singkat melalui aplikasi Whatsapp. Responden berusia 21 – 26 tahun dan berada di Bekasi. Hasil wawancara menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang dirasakan oleh responden ketika menjadi penggemar Idol Kpop seperti ikut merasakan emosional ketika idola mengalami kesulitan atau diserang oleh haters, merasa bahwa idola selalu ada untuknya, setiap menonton idol Kpop nya menjadi happy, tidak dapat menabung karena tujuan menabung untuk membeli *merchandise* dan tiket konser idolanya, merasa sedih karena memiliki jarak yang jauh dan sedih ketika tidak dapat tiket konser atau *merchandise* yang diinginkan, terkadang pula narasumber malas untuk aktivitas dan hanya ingin menonton acara idolanya.

Ternyata pada dewasa awal, seseorang masih melakukan pemujaan terhadap idola tertentu. Namun pada hasil penelitian Raviv & McCutheon (Darfianti & Putra, 2012) menyatakan intensitas dalam menyukai idola akan menurun seiring bertambahnya usia. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi tingkat pengidolaan terhadap idola, maka semakin tinggi pula keterlibatan seseorang kepada idola favoritnya yang disebut (*celebrity involvement*), ada pula tingkatan lain, semakin individu mengidolakan sosok idola favoritnya maka semakin besar pula keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan terhadap idolanya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan febiola dkk menjelaskan bahwa banyak individu dewasa awal yang mengalami *Celebrity Worship* sampai melupakan tugas dan kewajiban mereka dalam kehidupan sehari hari hingga keasikan dan menyebabkan individu tidak bisa menentukan prioritas dan melupakan kegiatan seperti menentukan karir dan pasangan yang terjadi pada dewasa awal (Juniarti & Prianita, 2023).

Menurut Maltby, mengidolakan seorang idola adalah bagian yang normal dan hal biasa dari pengembangan identitas diri pada masa anak – anak dan remaja. Tetapi hal ini akan tidak normal jika terjadi pada individu dewasa awal yang hampir terobsesi atau mendekati delusi dengan idola favoritnya. Hal diatas dapat disebut *Celebrity Worship* yang berarti perilaku obsesif penggemar terhadap idolanya. Lynn, Lange dan Houran (2002) mengatakan bahwa *Celebrity Worship* adalah kondisi seseorang yang terobsesi dengan idolanya yang telah menyukai kehidupan pribadi idolanya tersebut. *Celebrity Worship* menurut Maltby merupakan kepribadian yang berhubungan dengan *mental health* dan mempunyai hubungan yang berarti dengan kepribadian psikologis yang lemah (Ayu & Astiti, 2020).

Celebrity Worship dapat digambarkan sebagai hubungan parasosial atau dapat disebut hubungan satu arah yang di imajinasikan oleh fans kepada sosok idola favoritnya (Darfianti & Putra, 2012). Beberapa peneliti mengatakan bahwa *Celebrity Worship* berkaitan dengan rasa malu dan kesepian seorang penggemar dan representasi perilaku buruk yang terjadi karena kegagalan usaha individu dalam mengatasi tekanan kehidupan sehari – hari (Liu, 2013).

Pada penelitian McCutcheon, Ashe, Houran & Maltby *Celebrity Worship* memiliki kecenderungan yang menunjukkan ketidakmampuan dalam membangun hubungan sosial. Penggemar lebih memilih idolanya sebagai salah satu bentuk interaksi yang lebih mudah karena kemungkinan penolakan yang kecil. Ketidakmampuan tersebut dapat menyebabkan dewasa awal memasuki masa krisis yaitu *isolation* yang ditandai dengan munculnya kesepian dan dalam jangka panjang dapat menimbulkan gangguan mental seperti depresi, stress dan bahkan bunuh diri (Laksono & Noer, 2021).

Levy mengatakan bahwa *Celebrity Worship* juga salah satu perilaku yang sering sekali menjadikan sosok idola seperti, artis, aktor/aktris, musisi, atlet, influencer atau yang lainnya yang sering muncul di media sosial ataupun televisi. Dalam hal ini munculnya obsesi penggemar terhadap idola melalui media massa yang mengontrol pikiran kita yang menghubungkan interaksi

antara diri kita dengan idola secara tidak langsung (Zamani & Nugrahawati, 2022).

Celebrity Worship biasanya dilakukan dengan berbagai cara untuk menunjukkannya seperti *copycat suicidal* yaitu tindakan bunuh diri yang dianggap panutan. Jadi Fans merasa sedih dan depresi bahwa penderitaan idola nya dapat dirasakan oleh fans. Tindakan ini juga terjadi di Indonesia seorang fansgirl mencoba melakukan tindakan bunuh diri setelah mendapatkan kabar bahwa idolanya sudah tidak ada. Bahkan ia melakukan postingan di twitter sebelum melakukan tindakan bunuh diri (Rizka, 2017).

Celebrity Worship memiliki 3 aspek tingkatan yaitu *Entertainment – Social* adalah sebuah perilaku fans yang tertarik dengan aktivitas idolanya di media sosial bahkan membicarakan idolanya dengan fans lainnya sebagai kesenangan dirinya, perilaku ini untuk menyesuaikan diri terhadap norma sosial dan lari dari realitas (*fancasy-escape from reality*). *Intense Personal Feeling* adalah salah satu aspek yang menggambarkan perasaan yang intensif & kompulsif terhadap idolanya, seperti mendekati perasaan obsesif. Dan aspek terakhir *Borderline Pathology* adalah tingkatan tertinggi dari 2 aspek sebelumnya yaitu, akan melakukan apapun untuk melindungi idolanya sekalipun itu melanggar hukum, berkhayal (*Fantasy*) memiliki hubungan yang khusus dengan idolanya, dan memiliki keyakinan bahwa disaat fans susah idolanya akan datang untuk membantunya. Fans yang seperti ini dikelompokkan menurut Maltby sebagai seseorang yang memiliki pemikiran irasional dan tidak kerkontrol. (Widjaja & Ali, 2015).

Adanya dampak positif dari *Celebrity Worship* survei yang dilakukan Boon dan Lomore (kepada 75 mahasiswa yang ditemukan bahwa 58,7% dari mahasiswa tersebut percaya bahwa dengan mereka melakukan celebrity kepada idolanya mempengaruhi sikap dan keyakinan mereka dalam mengejar sesuatu. Dampak negatif juga dijelaskan oleh Cheung dan Yue yang telah melakukan wawancara kepada 855 partisipan di Cina, bahwa *Celebrity Worship* membuat dampak kinerja belajar dan kerja menjadi rendah, kesulitan

dalam menemukan identitas dirinya dan memiliki *self – esteem* yang cenderung rendah (Widjaja & Ali, 2015).

Hal ini menunjukkan bahwa perasaan tersebut berkaitan dengan *Celebrity Worship*. Berdasarkan penjelasan dan hasil wawancara diatas tujuan untuk penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Gambaran *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar Idol Kpop Di Bekasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat masalah *Celebrity Worship* yang terjadi pada Dewasa Awal dan menimbulkan pertanyaan penelitian.

Dalam penelitian yang di lakukan Diyana Putri dan Komang Rahayu (2019) dengan judul: “Gambaran *Celebrity Worship* dengan Penggemar Kpop Usia Dewasa Awal Di Bali” menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam, observasi dan pengumpulan bahan visual pada 4 penggemar kpop dibali. Teknik yang di gunakan *Purposive Sampling* dan hasil menunjukkan bahwa *Celebrity Worship* mencakup alasan menyukai idola, motivasi pengidolaan, dan aktivitas pengidolaan (Putri et al., 2019).

Penelitian lain yang dilakukan Annisa Kusuma dan Moondore Madalina (2015) yang berjudul “Gambaran *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal di Jakarta” tujuan penelitian ini untuk melihat gambaran perilaku pemujaan idola pada dewasa awal yang berumur 20-30 tahun di Jakarta. Penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode deskriptif subjek penelitian berjumlah 250 orang. Penelitian ini menemukan bahwa 34% (85orang) masuk level *Entertainment Social*, 34,8% masuk level *Intense Personal* dan 31,2% (78orang) masuk level *Boderline Pathology* yang menunjukkan bahwa dewasa awal di Jakarta masih melakukan pemujaan idola (Widjaja & Ali, 2015).

Penelitian yang di lakukan Juliana Marlin, Theodora dan Yustina pada judul “Perilaku *Celebrity Worship* pada Remaja Perempuan (2019)” penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam

sebagai alamat pengumpulan data utama. Pertanyaan yang diajukan bersifat open-ended yang memungkinkan subjek memberikan jawaban yang luas tetapi masih berkaitan dengan topik yang ingin digali. Subjek penelitian ini 3 orang remaja yang berusia 14 hingga 19 tahun. Hasil penelitian menunjukkan dampak negatif dan positif dari perilaku celebrity worship bagi kehidupan remaja (Benu et al., 2019).

Pada penelitian yang berjudul “Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop” menjelaskan bahwa celebrity worship merupakan perasaan suka kepada idola yang menimbulkan obsesi. Umumnya, celebrity worship dialami oleh remaja. Perilaku yang ditunjukkan oleh individu yang memiliki *Celebrity Worship* adalah menguntit kehidupan idola favoritnya. Perilaku ini tidak hanya membuat idola merasa tidak nyaman, namun membuat penggemar juga dalam bahaya. Tulisan yang dibuat oleh peneliti diharapkan dapat membantu pembaca dan memahami celebrity worship sehingga dapat mengontrol perilaku dan tidak menyimpang atau berlebihan dalam menyukai idolanya (Ayu & Astiti, 2020).

1.3 Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Gambaran Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar Idol Kpop Di Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat dan menambah wawasan untuk melakukan pengembangan dalam meningkatkan mutu pendidikan. Adapun manfaat yang diharapkan adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan di dunia ilmu psikologi dengan sudut pandang yang berbeda mengenai Celebrity Worship pada Dewasa Awal penggemar Idol Kpop.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap dalam hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu informasi serta referensi untuk mahasiswa atau peneliti lain yang bisa dijadikan pembelajaran atau sebagai aset terbaru untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Awal penggemar Idol Kpop.

